



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Proyecto de Innovación

Convocatoria 2017/2018

Nº de Proyecto **168**

Título del proyecto

**Plataforma online de investigación y prácticas docentes para alumnos
de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas
e Historia del Arte**

Nombre del responsable del proyecto

Miguel Ángel Chaves Martín

Centro

Facultad de Ciencias de la Información

Departamento

Teorías y Análisis de la Comunicación (anterior CAVP II)

Madrid, junio 2018

1. Objetivos propuestos en la presentación del proyecto

El proyecto busca la creación de una plataforma online en la que los alumnos de los grados y máster de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas, e Historia del Arte puedan presentar y divulgar los resultados de los trabajos y prácticas docentes elaboradas en el aula. Igualmente, se pretende construir un espacio en el que se puedan difundir sus primeras aproximaciones al mundo de la investigación (Trabajos de Fin de Grado y de Fin de Máster, TFG, TFM) y al laboral (entrevistas a profesionales de los diferentes sectores implicados, reseñas de eventos profesionales, exposiciones, etc.). La plataforma digital se plantea como necesario complemento al Campus Virtual en el que los alumnos vienen desarrollando algunas de las prácticas, ampliando sus posibilidades y difusión. A través de la plataforma aquellos alumnos que lo deseen podrán difundir los trabajos realizados e inicialmente planteados a través de esta intranet, facilitando su conocimiento y difusión, con las implicaciones positivas que esto tiene tanto en el ámbito académico/investigador como laboral.

El proyecto se enmarca así, plenamente, dentro de los nuevos criterios establecidos por el Plan de Bolonia en la configuración del Espacio Europeo de Educación Superior, entre cuyos objetivos está la necesidad de potenciar aptitudes y destrezas del alumno en el proceso educativo mediante un incremento considerable de su participación en el mismo, tanto en el desarrollo de los cursos como en el momento final especialmente importante en el que se requieren nuevos impulsos que estimulen pautas y orientaciones en el proceso a seguir.

Atendiendo a las directrices del nuevo Plan, la incorporación de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) a la metodología docente universitaria se hace imprescindible para acometer el reto de la construcción de una Europa del conocimiento basada en la calidad del sistema educativo, facilitando con ello la inexcusable reformulación del papel y práctica pedagógica del docente y el desarrollo e interacción de las destrezas y potencialidades cognitivas del alumno. En este sentido, las nuevas tecnologías facilitan el desarrollo de una acción formativa flexible, centrada en el estudiante y adaptada a sus características y necesidades, y así se ha entendido la idoneidad y oportunidad de crear la plataforma online de investigación y prácticas docentes que proponemos.

El **objetivo principal** del proyecto es CREAR una plataforma online de divulgación de prácticas docentes e investigaciones para los alumnos de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas e Historia del Arte.

Los **objetivos complementarios** que se derivan son:

- FACILITAR la visibilidad tanto en el ámbito académico como fuera de él de las prácticas realizadas por los alumnos en el aula.
- OFRECER la posibilidad de presentar públicamente los trabajos de investigación de los alumnos (Trabajos de Fin de Máster y de Fin de Grado, TFM y TFG) en un seminario específico, con la participación y corrección de los profesores vinculados al proyecto para su posterior publicación en la plataforma de difusión online.

- INTEGRAR el mundo profesional en el universitario ofreciendo una oportunidad de realizar prácticas reales complementarias a las asignaturas: entrevistas a profesionales de los distintos sectores implicados, reseñas de eventos profesionales, Ferias, Bienales, galerías de arte, museos, diseño gráfico, exposiciones, crítica de arte, industrias culturales, reseña de publicaciones, etc.
- DESARROLLAR prácticas derivadas de la creación de la plataforma online: diseño de una identidad visual corporativa, elaboración de contenido audiovisual específico para la misma, redacción de textos, etc.
- CREAR diferentes perfiles en Redes Sociales (Facebook, Instagram, Twitter) para la difusión de esta plataforma entre los alumnos y la comunidad universitaria.

2. Objetivos alcanzados

Atendiendo a los objetivos generales y específicos establecidos inicialmente en el desarrollo de la plataforma, y considerando las limitaciones temporales y la falta de financiación del mismo, se ha logrado:

- Diseñar la estructura y la identidad visual corporativa de una plataforma online de divulgación de prácticas docentes e investigación para los alumnos de las titulaciones de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas, e Historia del Arte.
- Integrar el mundo profesional en el universitario ofreciendo una oportunidad de realizar prácticas reales complementarias a las asignaturas: entrevistas a profesionales de los distintos sectores implicados, reseñas de eventos profesionales, Ferias, Bienales, galerías de arte, museos, diseño gráfico, exposiciones, audiovisuales, crítica de arte, industrias culturales, reseña de publicaciones, etc. En la actualidad se está trabajando en todos estos aspectos, habiéndose realizado diferentes contactos con varios profesionales del mundo de la comunicación y el arte con el fin de facilitar futuras entrevistas y colaboraciones con ellos que pasarán a reflejarse en la página web.
- Desarrollar prácticas derivadas de la creación de la plataforma online: diseño de una identidad visual corporativa, elaboración de contenido audiovisual específico para la misma, redacción de textos, etc.

3. Metodología empleada en el proyecto

Previo a la concreción de la estructura de la plataforma, con sus correspondientes contenidos, se ha llevado a cabo la recogida de datos sobre las necesidades que los propios alumnos han detectado, al que se sumarán las directrices ya planteadas por los profesores como secciones de especial interés dentro de los contenidos de la plataforma.

La previsión de secciones y contenidos son las siguientes:

- INVESTIGACIÓN.
 - para alumnos: publicación de los Trabajos de Fin de Grado y Fin de Máster previa presentación pública y corrección por parte de los profesores vinculados al proyecto.
 - para profesores: publicación de temas de innovación docente e investigación en relación con las prácticas docentes de utilidad para los alumnos.
- ACTUALIDAD: Reseña de exposiciones, eventos, ferias de arte, cine, diseño, galerías de arte, museos, audiovisual e hipermedia, etc.
- MIRADA PROFESIONAL. GESTIÓN Y MERCADO. Entrevistas a profesionales de los distintos sectores (artistas, historiadores, publicistas, comunicadores, museólogos....)
- INNOVACIÓN: Actividades prácticas de clase: Estudios de comunicación, publicidad e historia del arte destacando sus principales valores y las posibilidades de interacción, relaciones comunicación y arte, publicidad y diseño, análisis de textos, análisis de obras artísticas y productos audiovisuales, cultura visual, fotografía, cine, imagen de marca, identidad visual corporativa, etc.
- MATERIAL DOCENTE: Un espacio donde los profesores podrán compartir y publicar temas de innovación docente e investigación en relación con las prácticas docentes de utilidad para los alumnos.

El cronograma del plan de trabajo para el curso 2017/2018 ha sido:

Octubre-Diciembre 2017:

- a. Detección de las necesidades y motivaciones en los alumnos para incorporarlas en la plataforma y su estructura.

Enero-Febrero 2018:

- a. Definición de las secciones de la plataforma.

Marzo-Mayo 2018:

- a. Diseño de la imagen visual corporativa de la plataforma e inicio de la puesta en marcha de la misma.

Junio 2018:

- b. Redacción del informe final.
- c. Difusión de los resultados.

4. Recursos humanos

Profesores UCM:

Miguel Ángel Chaves Martín

(Prof. Titular. Dpto. Teorías y Análisis de la Comunicación)

María Dolores Arroyo Fernández

(Prof. Titular. Dpto. Teorías y Análisis de la Comunicación)

Pilar Aumente Rivas

(Prof. Emérita. Dpto. Teorías y Análisis de la Comunicación)

Idoia Murga Castro

(Prof. Titular. Dpto. Historia del Arte)

Doctores UCM (Alumni)

Estíbaliz Pérez Asperilla

Doctora en Publicidad y Relaciones Públicas UCM.

Contrato FPU

Jennifer García Carrizo

Contratada FPU 2014, Doctoranda en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas, Universidad Complutense de Madrid.

Alumnos (*Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. UCM*)

Abel Corsino Alarza

Alejandro García Gómez

Sara Pérez Asensio

Cristina Porriño Jiménez

Elena Rodríguez Rodríguez

Sandra Hall Delgado

Paloma Hurtado Bertadeu

Pablo Pérez Maroto

Violeta Nanqui León Pérez

Lucía Linares Diamant

Víctor Martínez Cortés

5. Desarrollo de las actividades

Hasta el momento se ha desarrollado la idea inicial del proyecto, atendiendo al desarrollo de sus contenidos y análisis de la identidad visual corporativa de la plataforma digital, de libre acceso, que promueve contenidos relacionados con el ámbito del arte, siendo así un punto de referencia innovador y transversal.

Proporcionamos a los estudiantes y a la comunidad docente contenidos de calidad, especialmente seleccionados por su valor educativo y cultural. Además, partimos de un modelo colaborativo que fomente la participación e implicación de los diferentes públicos de interés. Orientada a estudiantes de las titulaciones de Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual, e Historia del Arte para ampliar y complementar los conocimientos relacionados con el ámbito del arte, el objetivo final busca apoyar a los estudiantes en el desarrollo de sus competencias a través de contenidos de interés académicos y proporcionar materiales educativos al personal docente vinculado al ámbito del arte.

Los valores en los que se enmarca la plataforma son los siguientes:

- Ambición: búsqueda de creatividad e innovación.
- Calidad: conocimientos, investigación y experiencia. Rigor en los contenidos.
- Compromiso: con la enseñanza y los diferentes públicos.
- Orientación hacia los resultados: perseguir la excelencia a la hora de cumplir los objetivos.

Así pues, a través de esta misión, visión y valores, mediante la plataforma se espera:

- Diferenciación: Con respecto a otras plataformas del sector.
- Involucrar: Motivar a los propios estudiantes a ser protagonistas en pequeños cambios constantes.
- Eficacia: Desde dos perspectivas; una profesional, comprometida con nuestros públicos y que ofrece un trabajo riguroso, y la otra que da forma a unos resultados satisfactorios y al análisis de los mismos.

Así pues, partiendo de esta idea, se ha estructurado la plataforma online en los siguientes apartados:

- Recursos docentes
- Proyectos (externos y académicos)
- Investigación
- Actualidad

Todo ello atendiendo siempre a la accesibilidad y a la cercanía con el público objetivo prioritario, los alumnos y el cuerpo docente e investigador.

Se han realizado estudios de Análisis de la competencia, Estrategia (Objetivos, posicionamiento y público objetivo), Equipo (visión, misión y valores), Imagen corporativa (Logotipo, Signo gráfico, uso del color y personalidad de la marca), punto fundamental en el que se sigue trabajando actualmente, y propuesta de contenidos. De todo ello se adjunta documentación en el apartado 6 (anexos).

6. Anexos

1. Punto de partida.

Análisis de la competencia.

2. Estrategia.

Objetivos.

Posicionamiento.

Público objetivo.

3. Quiénes somos.

Visión, misión y valores.

El equipo.

4. Imagen corporativa.

Logotipo.

Signo gráfico.

Uso del color.

Personalidad de la marca.

5. Propuesta web.

Contenidos.

Look&Feel.

1

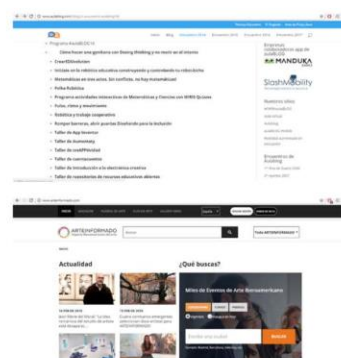
Punto de partida

- Análisis de la competencia

Análisis de la competencia.

Existen bastantes plataformas orientadas hacia la educación docente, como por ejemplo (<http://www.aulablog.com/blog/blog/>). En este caso, se puede observar un tono más informal. Está enfocada hacia el profesorado y se compone principalmente de un blog. También se informa de los encuentros entre los docentes de diferentes años, así como noticias (novedades) y eventos de interés.

Otras webs que formen parte de la competencia pueden ser <http://www.arteinformado.com/> y <http://www.cervantesvirtual.com/bib/portal/pac/publicaciones/index.shtml>, también relacionadas con el sector.



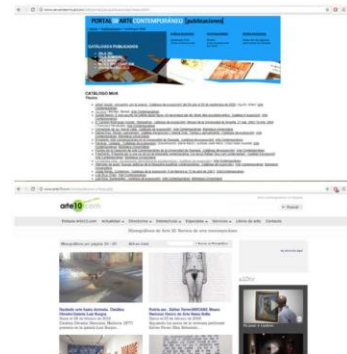
Análisis de la competencia.

También encontramos páginas web como <http://www.arte10.com/>, la cual tiene incluso foro de debate. En general, transmite legitimidad.

Por último, podemos incluir páginas como la del Museo del Prado y el Thyssen ya que son grandes fuentes de información y muy utilizadas, aunque no creo que se puedan considerar competencia directa ya que están a un nivel mucho más superior y no tenemos capacidad para competir con ellas.

<https://www.museodelprado.es/aprende#recursos>

<https://www.educathyssen.org/profesores-estudiantes>



2

Estrategia

- **Objetivos**
- **Posicionamiento**
- **Target**

Objetivos.

¿Qué esperamos?

- **Diferenciación**

Con respecto a otras plataformas del sector.

- **Involucrar**

Motivar a los propios estudiantes a ser protagonistas en pequeños cambios constantes.

- **Eficacia**

Hablamos de una eficacia desde dos perspectivas; una profesional, comprometida con nuestros públicos y que ofrece un trabajo riguroso, y la otra que da forma a unos resultados satisfactorios y al análisis de los mismos.

Posicionamiento.

Por el momento, no hay un objetivo específico de ocupar un lugar concreto en la mente del público al que dirigimos. Sin embargo, es fundamental encauzar una proyección estratégica en la construcción de marca. Para ello, buscaremos algunos valores clave en cuanto al sector se refiere:



Accesibilidad.



Cercanía.



Referente.

Target.

1

18 - 30 años
Universitarios
Conectados
Urbanitas
Interesados en las relaciones sociales

2

30 años en adelante
Personal docente
Interesados por su entorno de trabajo
Relación contractual con la universidad

3

Quiénes somos

- Visión, misión y valores
- El equipo

Visión.

Ofrecer una plataforma de libre acceso para estudiantes y personal docente, que amplíe y complemente los conocimientos relacionados con el ámbito del arte.

Misión.

Apoyar a los estudiantes en el desarrollo de sus competencias a través de contenidos de interés académicos y proporcionar materiales educativos al personal docente vinculado al ámbito del arte.

Valores.

Ofrecer una plataforma de libre acceso para estudiantes y personal docente, que amplíe y complemente los conocimientos relacionados con el ámbito del arte.



Ambición

Nos basamos en el conocimiento, la investigación y la experiencia.



Calidad

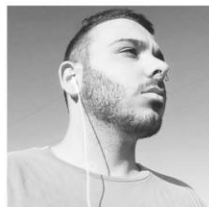
Perseguimos la excelencia a la hora de cumplir nuestros objetivos y el rigor en los contenidos.



Orientado a las personas

Creatividad e innovación.
Compromiso con la enseñanza y los públicos.
Rigor en los contenidos.

El equipo.



Abel Corsino

Tengo 22 años y estudio Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad Complutense de Madrid. A veces me da por viajar y descubrir sitios nuevos y otras y otras por ver cada película y serie habida y por haber. Me considero una persona divertida y creativa, por eso decidí estudiar esta carrera.



Sara Pérez

Joven profesional con experiencia como diseñadora y directora de arte junior, cuyo desarrollo personal y laboral se ha basado en diversos ámbitos: el arte, la creación de contenidos digitales y Social Media, la fotografía y la escritura creativa.



Cristina Porriño

Estudiante de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Complutense de Madrid. Autodidacta, curiosa y trabajadora. Interés por las artes visuales (pintura y fotografía) y otros campos como la escritura y el teatro (talleres y grupos).



Elena Rodríguez

Me gusta cualquier tipo de manifestación artística, el trabajo bien hecho y perfeccionado, y poner todo mi esfuerzo en todo lo que hago. Soy E empática y quiero aprender cosas nuevas para seguir mejorando mis aptitudes y aportar valor al mundo que me rodea.

4

Imagen corporativa

- Logotipo
- Signo gráfico
- Uso del color
- Personalidad de la marca

Símbolo gráfico.

Por otro lado, el símbolo es un distintivo gráfico, una imagen o un signo que sustituye y simboliza al nombre. El símbolo gráfico de EDUCART se compondría únicamente de los dos puntos que separan los conceptos mencionados anteriormente.

Así pues, en esta marca se utilizarán estos elementos como un todo sin variantes como elemento gráfico e identificador para diferentes aplicaciones.



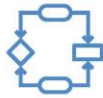
Uso del color.

Además, se ha elegido una paleta de colores concreta a seguir para mantener una misma línea visual, tanto en formatos digitales como físicos.



Personalidad de la marca.

Multifuncionalidad.



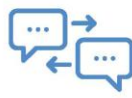
En cuanto a la plataforma.

Heterogeneidad.



Estudiantes y equipo docente

Conversación.



Zona en ebullición de
opinión e información

Evolución.



Actualización constante

5

Propuesta web

- Contenidos
- Look&Feel

Contenidos.

- Artículos
- Investigación
- Críticas de arte
- Entrevistas y reseñas
- Material audiovisual
- Recursos docentes
- Foro
- Eventos